

琉球大学学術リポジトリ

イノベーション人材育成に向けた産学官ネットワークの可能性：
実践的起業家育成プログラムの開発と今後の課題

メタデータ	言語: Japanese 出版者: 琉球大学法文学部 公開日: 2014-09-12 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 大角, 玉樹, Osumi, Tamaki メールアドレス: 所属:
URL	https://doi.org/10.24564/0002007721

イノベーション人材育成に向けた産学官ネットワークの可能性 ～実践的起業家育成プログラムの開発と今後の課題～

大 角 玉 樹

(要旨)

I. はじめに

平成 24 年度沖縄県「産学人材育成ネットワーク形成促進事業において、沖縄県の自立的経済発展及び地域活性化のために必要とされる人材像ならびに新たな産学官連携の在り方が調査検討された。その結果、①イノベーションを担う人材が不可欠であること、②そのためには、起業家精神を有する人材の早期育成が必要であり、③この実現のために、産学官が連携したネットワーク構築と沖縄の地域特性を踏まえたイノベーション・エコシステムの形成の有用性が確認された。

起業家育成教育が効果的であることも関係者から指摘されているものの、長期に渡り、起業家教育は会社を設立するための実務教育であると勘違いされ、本来、起業家精神を醸成し、起業家的なものの見方や考え方と行動特性、すなわち、マインド・セットとスキル・セットを習得するための教育であることが忘れられているようである。

筆者が座長を務める同事業検討委員会では、他大学の先進的な起業家育成教育ならびにビジネス・プランコンテストの視察、県内ベンチャー企業が実施しているシリコンバレー派遣プログラムの視察、県内教育機関の取組状況に関する調査と意見交換が行われ、何よりも、県内教育機関には、正規のカリキュラムの中に、ベンチャー育成や起業家育成の講座が提供されていない点が指摘された。

この状況を打破し、時代や社会が求めている起業家及び起業家精神に溢れる人材の育成を加速するために、まずは県内大学と高等専門学校が連携した実践的なベンチャー講座が開設できないかという提案がなされた。この提案を受けて、琉球大学が過去 5 年にわたって実施してきた「沖縄学生アイデア・コンテスト」と、平成 24 年度に実施したビジネス・トライアルコンテストの内容を再検討し、平成 25 年度より、琉球大学の共通科目として、「ベンチャー起業入門」と「ベンチャー起業実践」が開設されるに至った。

本稿では、ベンチャー講座開設の契機となった沖縄学生ビジネス・アイデア・コンテストとビジネス・トライアルコンテストの概要を紹介し、学生アンケートの分析を参考に、今後の改善点と課題について議論している。

イノベーション人材育成に向けた産学官ネットワークの可能性 ～実践的起業家育成プログラムの開発と今後の課題～

大角玉樹

I. はじめに

平成 24 年度沖縄県「産学人材育成ネットワーク形成促進事業において、沖縄県の自立的経済発展及び地域活性化のために必要とされる人材像ならびに新たな産学官連携の在り方が調査検討された。その結果、①イノベーションを担う人材が不可欠であること、②そのためには、起業家精神を有する人材の早期育成が必要であり、③この実現のために、産学官が連携したネットワーク構築と沖縄の地域特性を踏まえたイノベーション・エコシステムの形成の有用性が確認された。

沖縄県では、長きに渡り、人材育成が喫緊の課題であるとされ、数多くのプロジェクトや取組みが実施されている。しかしながら、目的とすべき人材像が不明確であり、受け皿となる企業や組織が脆弱であることから、優れた人材が育成されても、県外、海外に流出してしまう悪循環が続いている。また、大学院においては、県内大学間の単位互換が可能になっているものの、高度職業人や起業家を育成するための連携はほとんどみられず、教育における産業界との連携もインターンシップに代表されるキャリア教育にとどまっているのが現状である。キャリア教育自体も、長引く経済の低迷を受け、学生の職業的・社会的自立を図る教育というよりは、就職活動を強く意識した非常に狭い意味での教育内容になっており、キャリア教育＝就活教育との誤解を受けている。一方、起業家教育も、会社を設立するための実務教育であると勘違いされ、本来、起業家精神を醸成し、起業家的なものの見方や考え方と行動特性、すなわち、マインド・セットとスキル・セットを習得するための教育であることが忘れられているようである。

筆者が座長を務める同事業検討委員会では、他大学の先進的な起業家育成教育ならびにビジネス・プランコンテストの視察、県内ベンチャー企業が実施しているシリコンバレー派遣プログラムの視察、県内教育機関の取組状況に関する調査と意見交換が行われ、何よりも、県内教育機関には、正規のカリキュラムの中に、ベンチャー育成や起業家育成の講座が提供されていない点が指摘された。県外の多くの大学では、専門職大学院としてビジネス・スクールが開設されているだけでなく、起業に関連する学部・学科の創設や科目の設置がなされている。他方、沖縄県内では、事業創造に関連する科目（座学）は一部の大学で提供されているものの、本格的なイノベーション人材や起業家育成を目的としたカリキュラムは提供されていない。

この状況を打破し、時代や社会が求めている起業家及び起業家精神に溢れる人材の育成を加速するために、まずは県内大学と高等専門学校が連携した実践的なベンチャー講座が開設できないかという提案がなされた。この提案を受けて、琉球大学が過去 5 年にわたって実施してきた「沖縄学生ビジネスアイデア・コンテスト」と、平成 24 年度に実施したビジネス・トライアルコンテストの内容を再検討し、外部コンサルタントの協力を得て、平成 25 年度より、共

通科目として、「ベンチャー起業入門」と「ベンチャー起業実践」が開設されるに至った。

本稿では、ベンチャー講座開設の契機となった沖縄学生ビジネス・アイデア・コンテストとビジネス・トライアルコンテストの概要を紹介し、学生アンケートの分析を参考に、今後の改善点と課題について議論したい。新たに開講されたベンチャー講座については、紙面の関係上、稿を改めて紹介したい。

Ⅱ． 起業家育成教育の試行

① ビジネスアイデア・コンテスト

沖縄では教育機関で体系的な起業家教育カリキュラムは実施されていないが、類似のプログラムとして、沖縄学生ビジネスアイデア・コンテストがある。

これは、琉球大学産学官連携推進機構が主催するコンテストで、講義で学んだ知識を基にビジネス・モデルを構築し、有識者を前にしたプレゼンテーションを行う機会を提供しており、平成 24 年度で 5 回目を迎えた。

平成 21 年度は、同コンテストにおいて、観光産業科学部産業経営学科の二つのチームが優秀賞を受賞、翌 22 年度は、同学科の女子学生が最優秀賞を受賞している。また、23 年度、24 年度は同産業経営学科の女子学生が二年連続で最優秀賞を獲得し、起業家を目指して、県内 IT 企業で研修を受けている。残念ながら、現時点でこのコンテストを通じた学生起業が誕生するには至っていない。平成 24 年度において、受賞は逃したものの、コンテストに来ていた企業関係者から、起業支援をしたいという申し出のあったアイデアも一つあったが、学生自身はその気にならなかったため断念したケースもある。審査員の間からも、年を経るごとに参加学生のプレゼンテーション能力が高まっていることが高く評価されているものの、起業へのあと一歩が踏み出せないという、もどかしい状況が続いている。

このコンテストを通じて、単に専門的な知識を習得するだけでなく、社会的な問題の解決や地域の課題を解決するために必要とされるアイデアを考え、そのビジネス・モデルを構築するという実践的な学習が可能になっており、将来的には優秀なアイデアを考案した学生の起業支援、資金調達支援等も予定されている。

過去 5 年間、同コンテストは、大学の単位が取得できる科目ではなく、課外プログラムの一つであったため、学生への広報が難しく、応募者が限られていた。また、通常の講義の時間帯以外に特別セミナーやメンタリングを行わざるを得なかったために、参加者が継続的、かつ体系的に必要な実践的知識を習得することが難しい状況であった。

このような背景から、単位が取得できる科目の設置が強く期待され、まずは、全学部の学生が受講できる共通科目「ベンチャー起業講座」を平成 25 年度開講するための協議が開始された。

② 「沖縄産業まつり」と「花と食のフェスティバル」

沖縄県の県産品が一堂に会する代表的なイベントとして、沖縄産業まつりと花と食のフェスティバルがある。主催者ホームページによると、それぞれ延べ来場者が 23 万人と 15 万人を超えており、単に県産品や工業製品が展示されるだけでなく、県民が家族連れで楽しめるイベントにもなっている。筆者の知人である県外大手企業関係者も、偶然、産業まつりに足を運び、

その規模と盛り上がりには驚かされたほどの、にぎやかなイベントである。

そこでは、地域や離島ごとに、特産品や新製品などが展示されてはいるものの、その多くが似たり寄ったりの商品であり、小さな沖縄という市場でのパイの奪い合いでは、ビジネスとして成り立たないという批判もみられる。コンサルティング企業のアドバイスに従い、商品やパッケージデザインは洗練されてきてはいるが、その多くはマーケティングという要素を欠いており、全国展開や海外展開に向けた戦略が大きな課題となっている。この課題を解決する一つの手段として、大学や学生との連携の打診もあったが実現には至らなかった。

今回、起業家育成教育の先進大学として視察した九州大学では、ロバート・ファン・アントレプレナーシップ・センターが開設されており、体系的なカリキュラムチャートのもと、全学学生を対象に、自立心、向上心、グローバル意識を有し、新しい価値創造に挑戦するリーダー人材の輩出を目的とした教育を行っている。その一環として、学園祭である九大祭という場を起業家育成教育に活用しており、模擬店を起業と考え、投資家から実際に出資を受けて、疑似的な会社運営を体験するプロジェクトを実施している。我が国の大学教育のカリキュラムで最も抵抗が大きいとされる問題が、実際に収益を得ることに対する心理的抵抗であることを考えると、非常にユニークな取り組みと言える。

この事例を参考に、琉球大学の大学祭でも同様のプロジェクトのトライアルを検討したが、その場合、参加者が琉球大学学生のみとなり、可能な限り沖縄県内の全大学を巻き込んで将来的な連携に結実させたいというネットワーク形成促進事業の趣旨と乖離することから、沖縄産業まつりと花と食のフェスティバルを実践の場として選択した。もちろん、学生も教員も、またメンター役の実務家も初めての経験であり、十分な事前準備が整っていない段階でスタートしたため、その都度改善を行いながらの講義運営となった。以下では、その概要を整理しておきたい。

Ⅲ． 第一回沖縄学生ビジネストライアル・コンテスト

第一回沖縄学生ビジネストライアル・コンテストは、前述したように、綿密な事前準備や明確な目標設定が行われないままスタートしたこともあり、何度も頓挫しかけたが、協力して頂いたメンター役の方々の粘り強い指導のおかげもあり、最終的な満足度は非常に高いプログラムとなった。もちろん、今後のより効果的かつスムーズな運営のためには、今回のプログラムを再検討し、大学のカリキュラムに導入できるレベルまで精緻化することが望まれる。ここでは、コンテストの概要と途中経過を整理しておきたい。

① 概要

県内の大学生及び大学院生等を対象として、「事業計画の策定」、「模擬店舗（会社）設立」、「資金調達」、「販売」、「決算」、及び「利益配当」等、一般の企業活動のプロセスを体験してもらうことにより、将来の地域産業・地域活性化の担い手となるビジネス・マインド、ベンチャー・マインドの醸成及び就業力の育成を図ることを目的とし、産業まつりの視察と花と食のフェスティバルでの出展を行った。沖縄国際大学からも参加申し込みがあったものの、出展に間に合

わなかったため、本稿では、琉球大学での実施過程に絞って紹介することにしたい。

② 参加チーム

参加を呼びかけた講座は、夜間に開講されている共通科目「現代経営のしくみ」（筆者担当科目）、「経営学演習Ⅰ（三年次ゼミ）」（筆者担当科目）、及び「戦略的マーケティング」（実務家非常勤講師担当科目）の三クラスである。「戦略的マーケティング」のクラスの学生からは参加希望がなかったため、「現代経営のしくみ」の全学生24名を対象として講義を進めることとなった。「経営学演習Ⅰ」の学生は当初それほど乗り気ではなく、実際にプログラムに参加表明した時期が締め切り直前であったため、今回は主な対象学生を「現代経営のしくみ」の学生に絞り、「経営学演習Ⅰ」の学生の取り組みと比較検討する形で進行させた。したがって、以下では、主として、「現代経営のしくみ」の学生の事例を取り上げ、最終的なアンケートを分析する際の比較対象として「経営学演習Ⅰ」の結果も活用する。

③ 講義の進め方

今回、講義全体を通じて、コンテスト参加を織り込んだ講座、「現代経営のしくみ」は、夜間開講科目で、受講生は1年生から4年生まで多様である。社会人学生や、昼間仕事やアルバイトをしている学生が多く、シラバスを読んで受講登録するというよりは、空いている時間に開講されている科目の中から選択する傾向が強い。

初回のオリエンテーションで、メンターを紹介するとともに、講義の一環として、産業まつりの視察を行い、気に入った県産品を選んだうえで、自分たちであればどのような商品開発を行い、販売戦略をとるかを考えてほしい旨、説明した。この時点でグループ分けを行ったが、昼間は仕事をしている学生が多いため、三日間開催される産業まつりの視察時間調整を行うことが難しく、結果として一部の学生はやむを得ず視察を諦めざるを得なかった。なお、大規模な展示会であるため、今回は、メンター役を通じて協力依頼が可能な企業や団体を中心に視察を行った。なお、県内では最大規模のイベントではあるものの、残念ながら知っている学生は少なく、実際に参加したことのある学生はほとんどいなかった。

グループごとに、実際に関心をもった県産品について、改善点を中心にプレゼンテーションを行ったが、この過程でも、夜間の時間帯が限られており、グループメンバー同士の時間調整が困難であることから、十分な事前準備ができていない状態であった。しかしながら、プレゼンテーションの内容に関して、メンターたちから適切なコメントやモチベーションを高める励ましの言葉を聞いているうちに、学生たちは、自分たちのアイデアに自信をもつようになったように見受けられる。この点は、研究者である大学教員が苦手とする領域でもあり、同様のコンテストやプログラムを実施するのであれば、実務経験豊富なメンターを学生5名に対して最低一人は確保しておく必要性を強く感じさせられた。

プレゼンテーションの内容は、さらにブラッシュアップしてもらい、緊張感を高めるために、二回目のプレゼンテーションは150名収容の大教室で実施し、一回目と同様、メンターにコメントしてもらう形式で進行させた。

ただし、この時点では、まだ、学生自身が、実際に花と食のフェスティバルに参加するかどうかは未知数であり、無理強にならないよう、メンターたちが各グループの中に入って、参加することの意義やおもしろさを語る講義が数回続いた。花と食のフェスティバルの開催時期

が、後期の試験期間中になることも、学生が消極的になっていた理由の一つである。しかしながら、回を重ねるごとにメンターたちの情熱が伝わったのか、とりあえずは全グループがエントリーすることとなった。初回オリエンテーションの際には、必ずしもイベントに出店する必要はないと説明していたものの、講義の主催者側としては、沖縄での初めてのコンテストでもあり、商品開発やマーケティングに大学生のアイデアを活用したいと考える企業や団体からも多数の応募が期待されていたこともあることから、何とか全員が自発的に参加表明してくれるよう、メンターと学生の意見交換が続いた。

その結果、全グループがエントリーすることとなり、講義では、その準備とメンターによる実務上のアドバイス、協力企業・団体との意見交換・交渉の打ち合わせなどが行われた。夜間の学生にとっては、仕事のある昼間に業者との打ち合わせを行わなくてはならなかったため、グループメンバー全員が参加するのは無理であったが、リーダー役の学生が中心となり、細かい折衝を行った。

このような流れで準備が進められたが、実際に商品開発やパッケージ等を発注するためには十分な時間が必要であるにも関わらず、実際に学生が本格的に動き始めたのが 12 月の中旬頃であり、2 月初めのイベント本番までは一か月少々しか余裕がなくなっていた。大学の講義が冬休みで中断することもあり、メンターにも焦りの色が窺えた。

他大学も含めて、合計 6 チームのエントリーがあったが、このような事情から、2 チームには出店を諦めてもらい、他チームの応援や広報面での協力を依頼した。ぎりぎりまでメンターがサポートしてくれたものの、実際に商品を販売するには責任が伴うことから、間に合いそうもないチームにはその旨説明し、了解してもらった。なお、出展した 4 チームのうち、3 チームは新商品を企画・販売した。

展示内容は、①マカロンとジェラートの販売（売上合計：232,930 円）、②クッキー、メレンゲ、パウンドケーキの販売（売上合計：231,660 円）、③琉球紅茶の販売（売上合計：123,720 円）、および④健康茶「癒飲茶」の販売（売上合計：77,500 円）であった。特別事業費から出店費用が賄われたため、三チームで利益がでる結果となった。赤字チームの商品に関しては、後日、メンターがまとめて買い取ってくれる業者を探し、交渉して頂いた結果、学生の負担はゼロとなった。金額的にはそれほど大きくないとはいえ、学生にとっては赤字相当分の自己負担は生活面でも精神面でも負担になることを考えると、メンターの方々のフォローアップは、今後のプログラム展開を推進するうえで重要な要因であるといえる。

参考までに、今回のメンター役は、田場誠氏（琉球大学産学官連携推進機構）、石川博也（B C M 沖縄代表、社団法人沖縄イーコマース協議会副理事）、野原洋行氏（社団法人沖縄イーコマース協議会監事、農家）、銘苺誠也氏（株式会社 hais 代表取締役、社団法人沖縄イーコマース協議会代表理事）の四名であった。また、協力企業は、株式会社沖縄紅茶農園、有限会社沖縄生薬草本社、および株式会社 Cassius, Dessert Labo Chocolat の三社であった。

IV. 学生による評価

全日程終了後、プログラムの改善のために、参加学生に対して WebClass を利用したアンケートを行った。アンケートの実施にあたり、学生には、今後のプログラムの改善資料として参考にするので、できるだけ詳しく記入してほしいと説明しておいた。以下では、その内容と結果

を整理しておきたい。なお、比較のために、現代経営のしくみの受講生（回答数 17 名）と経営学演習 I（回答数 7 名）のアンケート結果を併記しておく。記述式回答については、受講学生の率直な感想をできるだけ正確に伝えるため、原文のまま掲載している。

① 花と食のフェスティバルに参加すると説明を受けた時には、どのように感じましたか？

回答	現代経営のしくみ	経営学演習 I
楽しそう（楽しみ）	14 名	2 名
面倒くさい（できれば参加したくない）	3 名	5 名

② 実際に出店（参加）してみてもうでしたか？

回答	現代経営のしくみ	経営学演習 I
非常によかった	11 名	6 名
よかった	6 名	1 名
いまひとつだった	0	0
参加（出展）すべきではなかった	0	0
今回は出店しなかった	0	0

③ チーム作業で困ったことやトラブル等を箇条書きで列挙してください。

回答

- ・グループのメンバーで話し合いに要する時間がなかなか取れなかった。（昼間仕事やバイト等があるため）・最後の約 2 週間で企画をつめたので、みんなでまとまって企業訪問することができなかった。
- ・スケジュールの調整が難しく感じました。・それぞれに役割を振り分けていこうにも誰がやるのか明確にできなかった。・でもお祭りはとても楽しく販売ができました。
- ・最初の頃、グループがごちゃまぜだったので、知らない人とグループになり、コミュニケーションをあまりとれませんでした。・連絡先を知らなかったために、授業のときしか話せず、次の時間までに決めなければならないのを、授業のときに急いで決めたこと。・花と食のフェスティバルに出店する商品を決めるのに、ネーミングやパッケージを決めるのがぎりぎりになってしまったこと。・準備期間が短かったため、詰めつめでやったので、一番大事な商品の効果などをくわしく調べるすることができなかったです。
- ・時間が間に合わなくて出店できなかった。チーム全員が集まらない時があつて話し合いが進みにくい時があった。自分達の商品が衛生的に販売できなかったこと。
- ・価格設定について細かく聞かれたが答えられなかった。フェスティバルの運営側との連絡がうまくいってなくて、冷蔵庫の電源が落とされてジェラートを駄目にしてしまった。POP を作るのが遅くて、大きいパネルを作れなかった。

準備期間が短く商品のパッケージを作れなかったこと。自分が作りたい商品が作れなかったこと。グループで集まる時間の調整が難しい共通点がありません人達（年齢、学年次）とのチーム構成だったので、話し合いなどでの意見交換が難しく、情報の共有が難しいところがあった。

- ・授業の方向性がわからなかったので、花と食のフェスティバルへの出店がゴールとするなら、そこまでの段取りをおおまかに示すとチームでも個々でも動きやすかったと思います。
- ・チームメンバー各々、バイト等で全員集まることがあまりできず、それぞれへの連絡が難しかった。準備期間が少なかったため、店頭の POP 作りが間に合わなかった。また、私個人で困った点ですが、住んでる地域と店舗（企業さん側）の距離がありすぎて、かなり不便でした。
- ・時間の都合でグループの企画が実現できなかった。
- ・チームで連絡を取り合うようになるのが遅かった他の授業のグループ課題の時期とかぶっていてあまり動けなかった。授業で初めて会った人とグループになったのでグループが仲良くスムーズに動くまでに時間がかかった。選んだ分野が実現させにくかった。途中までこの授業の最終目標がわからなかった。学年なども違うメンバーとだったので日程など合わすのが難しかった。グループで話し合うときに全員が意見を出しやすい雰囲気になるまで時間がかかった。
- ・授業以外での連絡が取りづらい。
- ・昼間に動ける人が自分以外いなくて、協力してくれた企業さんやメンターさんへの連絡や交渉などを一人でやるが多かった。
- ・花と食のフェスティバルの 1 か月前に、食品衛生法により自分たちの考えてきた商品を実現するのは難しいと分かった。自分たちの考えた商品の提供を協力してくれる企業を見つけることができなかった。学年も学部もバラバラだったため、授業以外でチームで話し合う場を作ることができなかった。今までの学生による出店例とかがわからなかったため、具体的にイメージしづらかった
- ・授業以外で、企業さんとの打ち合わせがあるときバイトと被り参加できない事が度々あった。
- ・私たちチームはみんな同じ学科だったので問題なかったのですが、チームの人にうまく溶け込めないと泣いてる人もいました。
- ・チーム内での集まる機会が少なく、話を進めるのに時間がかかった。チーム内での役割が曖昧になり、企業さんへ連絡するのもメンバー内で偏ってしまった。チームが四人だったため、花と食に参加できないメンバーがいて、準備するものに不足が出てきてしまった
- ・マカロンを冷やす為のクーラーボックスの入手方法が分からない。
- ・マカロンを入れる箱をどうするのか。
- ・保冷剤は誰が持ってくるのか。
- ・マカロンを入れる紙袋はどうするのか。
- ・会社名がパッケージについてくるが大丈夫なのか。
- ・島にんじんを最初使おうと思っていたが途中からちけん島のにんじんに変わったけれど大丈夫なのか。
- ・チームで連携をとることが難しかった（学年が違ったため抱えている授業の課題が違う）
- ・いつまでにどの程度仕上げるべきかの判断がむずかしく、なんとなく商品が決まってしまう

た。

- ・もう少し早い段階で商品の締切などを決めてほしかった。
- ・夜間主なので、日中はバイトや仕事があるため、担当業者にもなかなか足を運ぶことができなかった。（同じ人が行っていた）

④ 今回は、実務に詳しい方々にアドバイザー（メンター）をお願いしましたが、企画を実現するにあたって、アドバイザーの役割はどうでしたか？

これに関しては、現代経営のしくみの学生 17 名全員が非常に重要と回答したのに対して、経営学演習 I の学生の回答は、非常に重要 4 名、重要 2 名、あまり重要でない 1 名で、いずれも不要との回答はゼロであった。現代経営のしくみの受講生は受講年次も学科も異なっていたのに対して、経営学演習 I の受講生は 3 年次で同一ゼミ生であることから、メンターの必要性に対して、異なる結果が出たと考えられる。

⑤ アドバイザー（メンター）の方のアドバイスで、役に立った事柄を箇条書きで列挙してください。

回答

- ・産業祭りで出店者にどのような質問をすればよいのか
- ・どのような視点（POP、商品の陳列、販売、客寄せなど）から産業祭りを見学すればよいのか
- ・花と食のフェスティバルでどのような商品を出店すればよいのか
- ・協力企業へのアプローチ法など・花・食当日、販売する上での（接客における）注意点・花・食でお客様への声のかけ方、自分たちの商品の特徴説明の仕方など・売り上げ状況を見極めて、商品の値下げをしたり、既存価格での販売を続けるなどの販売方法について
- ・ほぼすべての作業に関わってもらい大変助かりました。
- ・売上目標や販売価格について明確なアドバイスがありました。
- ・トラブルにも冷静な対応と判断がありました。・本番にも素晴らしいお手本を見せてもらいました。
- ・ネーミングが癒飲茶だったので、癒←の漢字が複雑なので色はやさしめの色がいいと、提案してくれて気づかせてくれたこと。
- ・県産品のウコンについての知識をわかりやすく教えてくれたこと。
- ・商品の値段がどのくらいがちょうどいいのかアドバイスしてくれたこと。
- ・ターゲットをしぼることで、その年代向けに商品のデザインだったり、ネーミングが考えやすくなると教えてくれたこと。
- ・商品の案をまずはたくさんだしてみるといいよって言っていたこと。
- ・商品のパッケージの重要性について。
- ・商品説明や接客の仕方。
- ・売り方の指導。

- ・ 保健所への誘導・指導。
- ・ 他のグループとのコラボレーション。
- ・ 広告・宣伝のアドバイス。
当日の販売の仕方、お客さんへの声かけ商品の陳列のしかた仕入の際にも一緒に交渉しに行ってくれたこと
- ・ 協力してもらう企業の選び方・仕入れの数、売値の概算値・販売の仕方（売れない時にはどうするか、販売トークの例など）
- ・ にんじんを使ったジェラートを扱ってるなら 2/3(フェスティバル当日) はにんじんの日だから、それもアピールするといいい。
- ・ Facebook やチラシ等、知ってもらうことが大切なので、なんでもやってみるといい。
- ・ また、コラボした企業さんとのやり取りも行ってくれて、材料費や仕入れや諸費用等、最初にかかるお金を売り上げから相殺できるようにしてくださり、学生は大きなお金をすぐには用意できないので助かりました。メンターさんの助けがなくてはここまでできませんでした。
- ・ メンターの方の販売の仕方が参考になりました。試食の渡し方や話し方も上手ですごかった。
- ・ 販売の際のお客さんへの対応アイデアを実現可能な形に近づける衛生管理パッケージなど
- ・ 商品を売るときの値段のつけ方（通常、仕入れ値の 3 倍くらい）。お客さんの呼び込み方。
- ・ 親子連れのお客さんがいる場合、子供にも試食してもらい、子供の胃袋をゲットする。
- ・ 交渉のやり方商品をお客さんに買ってもらう方法商品の見せ方お客さんに止まってもらう方法買ってくれるお客さんと試食だけ食べていくお客さんの見分け方
- ・ どんなにブツ飛んだアイデアでも、褒めてくれた
- ・ メールなどで、チームの企画の進捗情報を報告し合ったり、企業の情報を提供してくださったり、授業外でのサポートもしてくれた
- ・ 今回出店できなかったのは、企画自体がダメだったのではなく君たちが目指している志が高かったってことなんだよ
- ・ 君たちが考えたこの商品は面白いし、アイデアも詰まってるから、今回で終わらせてほしくない
- ・ 会社では 30 の企画をだして 1 つ通ればいい方。でも、絶対に選ばれなかった 29 の企画はムダではない。29 の失敗がないと 1 も生まれない
- ・ (チーム B の出店が難しいと決まった時) 君たちは、産業まつりのフィードバックを見て分かるように、分析して改善点まで見つけるということに優れている、その強みを活かしてほしい
- ・ とにかく人脈の広さがすごい
- ・ 沖縄県産の美らキャロットが今年不作で調達できそうもないとわかると、ブランド品ではないけど味や成分が全く一緒の農家さんがあると教えてくれた
- ・ 宣伝はフェイスブックを使っても良いのではと現代的なアドバイスをくれた
- ・ ジェラートの味を選ぶときも子供向けとか大堂をとり入れたほうがいいとアドバイスをくれた
- ・ にんじんジェラートを売り出すとき、日程が丁度 2 月 3 日で人参の日と被ってるからそれを

売りにした方が良いとアドバイスをくれた

- ・商品開発するアイデアをペルソナで考えることで、具体的なコンセプトなどが見えてくる
- ・パッケージングでは原色を使いがちだけど、淡い色のほうが手に取りやすい
- ・ネーミングは、ターゲットに合わせた表記にするが、あくまでもネーミングでどのような商品か想像できるものにする
- ・企業さんに訪問し商品開発の案をうまく伝えるには、資料を用意すること
- ・出店する時には、とにかく五感で感じる仕掛けを用意する
- ・販売価格は大体仕入値の30%前後にする（注：原文のまま掲載）
- ・接客はとにかく笑顔です
- ・商品がどうしても売れないときは、売ろうとするとどうしても顔に出てしまうので、とにかく手に取ってもらう
- ・そこから買ってもらえれば、自分の気持ちものってきて商品も売れるようになる
- ・お客さんはよっぽどのがないかと怒らないので、接客販売はユーモアを混ぜながらガンガン行く
- ・お子さん連れの親子は子供をつると、親も来るので子供を狙う
- ・価格を下げたからといって売れるものではない
- ・販売はとにかく注目を集めること
- ・お会計のときにはトラブルを避けるために、一人で一人の客を対応する
- ・学生なので企業さんには遠慮せずに要望を伝える
- ・祭りなので少し高くても売れる。
- ・マカロンは一箱に五個ずつで二種類作ったほうが良い。
- ・ジェラートは四種類にしたほうが良い。
- ・マカロンはフランス人が作ったものを輸送しているので沖縄の食材は使えないこと。
- ・販売する時のオスメトークがいかに大切なこと。
- ・メンターの方に、業者さんとの間に入って頂いたおかげで、商品開発ができました。
- ・販売法のアドバイス
- ・自分たちのやりたいことを実現させる！ことの大切さ

回答	現代経営のしくみ	経営学演習 I
目標を大幅に上回った	2名	6名
ほぼ目標どおりだった	7名	1名
目標を少し下回った	3名	0
目標を大幅に下回った	3名	0
未回答	2名	0

⑥ 売り上げ目標は達成しましたか？

⑦ 花と食のフェスティバルに参加することによって、学んだこと、身についたスキル（例：コミュニケーション能力、変化適応力など）をできるだけたくさん、箇条書きで列挙してください。

回答

- ・お客様への接客スキル ⇒・いらっしやいませ/ありがとうございました等適切な場面で笑顔をお客様に大切にしながら声だしができた
- ・お客様への商品の説明やアピール方法
- ・たまには会話を交えて販売ができた（コミュニケーション力）
- ・自分には今何ができるか等考えて行動できた
- ・他グループやメンターの方々ともたくさんコミュニケーションをとることができた
- ・販売することのむずかしさ
- ・買う人の特徴、雰囲気・連携の大切さ
- ・値引きの効果
- ・売ることの楽しさ
- ・フェスティバルに参加するにあたって、商品開発から販売に至るまでには、本当に沢山の皆様にお世話になるんだなとわかり、まず、販売する自分たちがしっかりした意見を持ってないと、お世話になる方々にちゃんと自分たちの意思を言うことができないと実感しました。
- ・実際、フェスティバルでは、県外からの観光客や外人さんもたくさんいて、本当にコミュニケーション能力は大切だなと実感しました。テントの表にでて、お客さんをお呼び込むために、試飲をさせ、さまざまな言葉で興味を持たせなければ、お客さんは食いついてこないし、どんな商品なのかを私たちがしっかり説明しなければ、相手は理解すらできないので、接客は大事だなと改めて感じました。
- ・たくさんの出店企業があるので、お客さんが目につくような POP 広告なども大事だなと思いました。
コミュニケーション能力 変化適応能力 協調力 積極性
売り子と呼び込みを経験して、集客の難しさとお客さんがどういう言葉に反応しやすいかを学んだ。お客さんとの会話を通して、その時その時での要求に臨機応変に対応する力が付いた。
商品のディスプレイお客が集中しているときにどれだけ呼び込めるか POP などのデザイン
- ・変化に対して、どう対処するか判断力・接客するときの表情、声、話し方などによって相手の対応も変わる
- ・コミュニケーションスキル・仕入れの経路、商品開発を行う時のアイデアの伝え方
チームワークの大切さ報告、連絡、相談の重要性お客様と接する限られた時間のなかで、いかに商品に興味を持ってもらい、お客様が求めていることを見抜けるか責任感計画力自分の意見をわかりやすく伝える力他人の意見をきちんと聴く力自分の意見を押し付けず、他人との意見の違いを理解する力トラブルが起きてもそれを引きずらずポジティブに解決しようとした問題解決力
- ・行動力・コミュニケーション能力・積極性
当日は参加できなかったのですが、アイデア分析力実現するために何が必要か考える思考力 SNS 活用
接客の仕方。短期間（2日間）で商品をいかに多く売る方法。お客さんが買ってくれるような言葉をかけること。購入してくれそうなお客さんとしてくれなさそうなお客さんある程度なんとなく見分けることができた。

- コミュニケーション能力洞察力お客様の興味を引く方法準備期間が短いとどうなるか買ってくれそうなお客さんとそうでないお客さんのある程度の見分け方商品の見せ方交渉術
- ・お客様の目を見て「いらっしゃいませ」と言うことができた
 - ・お客さんに合わせて接客の言葉を変えて、ひきつけることができた（女性→見た目、男性→味など）
 - ・人を見る力（このお客さん買ってくれそう、小さい子供がいるからクッキーの試食をすすめてみよう）
 - ・状況を見て判断する力（看板の位置が見えにくいから移動、スプーンやコップの残数確認と補充）
 - ・商品に付加価値をつける（セットにして可愛く飾りつけをしてみる、ビニール袋にメッセージカードを入れておく）
 - ・周りの人やほかのテントのいい点を発見、真似る・情報は武器になる（商品売り込む時に、どれだけこの商品を知って、語れるかということが大事）
 - ・販売時には笑顔とコミュニケーション能力が必須
 - ・出展にはいろいろとお金がかかり、いろんな人の助けが必要
 - ・一度人だかりができると、飛ぶように商品が売れる
 - ・試食は人を引き付けることができるから必須
 - ・新しいフレーバーを開発するのにも、お客様の反応や材料調達など問題がたくさんあり、大変
 - ・お店の立地条件はとても大事
 - ・店員が沢山いたら明るくて、お客さん気軽に近寄ってきやすい
 - ・おススメフレーバーは必須
 - ・お祭りだ多少お値段が高くても購入してくれる
 - ・些細な気配りがお客さんにいい印象を与える
 - ・チーム内でのチームワークやコミュニケーションはとにかく大切・全力で頑張ればなんとかなる！
 - ・一、二年次混合グループのため、別の視点からの考え方を学び、視野が広がった
 - ・メンバー、メンターの方々、企業さんと話を進めるので大幅にコミュニケーション力がついた
 - ・販売していくうちに買うお客さんと買わないお客さんがわかるスキルがついた
 - ・接客販売なので、初対面の人に声をかけることで、人見知りもしなくなった
 - ・花と食に向けて商品を完成させるために、様々な人たちが動いてくれていたので、人と人のつながりを大切にすることもビジネスでは大切だと学んだ
- お客さんとのコミュニケーション能力が向上した。祭りならではの活気の良さを覚えた。オスOMETークを工夫すればお客さんの数が変わってくる。メンターさんがとても協力的で頼りになること。企画から販売にいたるまでの過程が長く大変なこと。販売するための備品集めが大変なこと。最初売上がなかなか上手くいかず焦ったが諦めず売り込んでいけばお客さんは必ず来てくれること。突然お客さんが沢山来て販売が間に合わず大変な思いをしたこともあったが、おつりの確認など落ち着いてやりこなすことが一番大切であること。ひとりの力では絶対に企画から販売までたどり着けないということ。

・コミュニケーション力・値段の付け方

⑧ 今後、今回のような講義を開講することについてはどう思いますか？

回答	現代経営のしくみ	経営学演習 I
ぜひ開講すべきである	16 名	7 名
開講すべきである	1 名	0 名
どちらともいえない	0 名	0 名
開講すべきではない	0 名	0 名

⑨ 上記の設問に回答した理由を教えてください。

(i) 現代経営のしくみ受講生の回答

・企業に企画を投げかけたり、企業と試行錯誤しながら商品開発をして最終的に販売をするというのは、他の学部・学校ではなかなか体験することのできない貴重な経験だから。また、周りの友達へこの授業の紹介をすると、必ずと言っていい程「おもしろそう」だとか「自分も受ければよかった」などの声が聞かれるので。その友達のためにもまた開講してもらいたいし、自分はこの授業を多くの人に経験してもらいたいと思ったので。

・今回の内容を友達に自慢できました。すごいと言われて嬉しかったです。

まず、一つ目の組織論・人的資源管理理論は、商品を販売するには、一人では何もできません。そのため、一緒に販売するグループとのチームワークが大事だと思います。また、どんなにいい商品を開発したとしても、コミュニケーション力がなければ、お客さんと接することもできません。そして、二つ目の経営戦略論は、商品をどのような形で販売するか。他の企業との差別化など競争の仕方などをしっかり考えなければならない。最後に三つ目の教養全般は、何をするにもまず、事業の興し方、展開の仕方などを十分理解していないとなにもはじまらないということ。これらの三つの分野を学んだうえで、花食のフェスティバルに参加したら、今回よりも、さらに良い成績が残せると思いました。

・実際体験することで自分がどのように行動するといいいというのがわかるようになるのでとても良かったからです。話だけ聞く講義は受け身になるので自分で考える場面があまりないけど、今回のように体験型だと自分で考え行動するので頭に入りやすかったのが一番良かったところでした。

・フィールドワークをやって気づくことがたくさんありました。個人的に行ってもインタビューはしないし、店をじっくり観察することもないので、この授業を通していい機会をいただいたと思います。また、花と食のフェスティバルに出店するにあたって、アドバイザーの方々や他の企業の方とお話しすることもあり、学ぶことが多かったです。繋がりもでき、次につなげられる部分もたくさんあって、得たものがたくさんありました。なので、今後も続けてほしいなと思います。

・実際に自分たちで企画から販売までを体験して、やってみないと分からないことがおあったので、こういう経験をするのはとても重要だと感じたからです。また、とてもやりがいがあった、メンターの方々との繋がりもできてとてもいい講義だと感じたからです。

・マーケティングや経営学の内容は、座学だけでは身に付かないこともあると思います。花と食のフェスティバルへの出店を小さい起業ととらえれば、実際将来起業した際にその段取り（立ち上げ～販売、在庫管理まで）を応用しながら、問題の解決方やよりよいアイデアを生み出せる力がつくのではないかと思います。

・こうやって、実際に活動するような講義はここだけだったので、新鮮で楽しかったし、何より得たものが大きかったので、ぜひ今後も開講して欲しいです。

・普通の授業よりも大変なところもあったけど、すごく自分にとってためになる授業だった。

・今回は、途中までこの授業で何をやっていいのかが見えずに進んで、最後実際に花と食に出展する段階に来たときに時間がなかったように思ったので、ぜひ、今度はしっかり授業のはじめから準備して企画したものを形にしてみたいと思いました。やはり、このような経験はなかなか出来るものでもないので貴重な体験だったと思います。市場調査ももっと深めた形で、また、それをしっかりと生かした形まで持っていけたら素晴らしいと思います。

・大学でただ席に座って学ぶだけでなく、自分たちで経験してみることが最も将来につながると思ったから。知識を入れるだけでなく、その知識を使う場を設けることで、インプットとアウトプットが両方成り立つと思うから。実際にやってみて気付いたことや感じたことが今回たくさんあったので。

・理論だけじゃ学べないことがたくさんあったからです。

・今回は私たちのチームは花と食のフェスティバルで商品を販売することができなかったのですが、他のチームが自分たちの商品を売り込んだり、アイデアをねったり、本気になって取り組んでいる姿を見るとすごく貴重な体験ができてるんだなあ実感しました。この出店を通して、実際の現場では座ってでは学べないことがたくさんあると気づきました。また、商品を考えて販売をする過程においてトラブルや課題が出てくるのは当然です。私は今回花と食のフェスティバルに出店する中で、自分がそういう場面に直面した時、何も力になれなかったと気づくことができました。アイデアも出せず、みんなの意見を待っているだけの自分を知ったとき、自分のがっかりしたし、変えたいと思いました。このような反省は、実際に経験をしないと得ることはできません。でも、やっぱり実際に出店してよかったって1番思えたのは、利益が出た瞬間でもなく、トラブルを解決できたときでもなく、目の前のお客さんに「ありがとう、おいしかったよ、これからも頑張ってるね」と言われたときでした。自分たちが、一生懸命作り上げてきた商品を喜んでもらえて、ありがとうと言われた瞬間は本当に毎回ガッツポーズが出てしまうくらい嬉しかったです。ぜひ、もっとたくさんの学生にもこの感覚を味わって

ほしいと思います。

・企業さんとコラボしてお祭りに出展することは、めったに経験できないことだと思うのでとても良い経験になるし、実践的に学べるから。

・琉球大学でしか経験できないことであり、経営学を学ぶ上で一番大切なベースになるものを学んだ。今回の花と食のフェスティバルに参加したメンバーは、将来起業したいと思った人もいて、自分のキャリア形成にもとても刺激になりました。

・企画から販売までの体験を出来るというのはめったに出来るものではないし、とても貴重だと思ったからです。メンターさんの協力、グループ内でのチームワークがいかに大切なことかを知りました。花と食のフェスティバルの中の琉大生が企画したという 4 つの店舗の中の一つを任せただけなのに、企画から販売まで色々な問題が発生したりマカロンの味の種類一つ一つに迷ったりしてとても大変でした。今まで祭りはいつも買って楽しむ側でした。けれど今回販売する側になって、こんなにも試行錯誤を重ねてどの店舗も頑張っているのだなということに気がつきました。このようなことを学べることの出来る講義はとても貴重だと思ったのでまた是非開講して欲しいと思います。

・この講義では、戦略、責任、コミュニケーション力など、この授業では自分の可能性を十分に知る事ができると思う。この授業を 1 年次に受講すれば、2 年次からの自分の目標や進路を決めやすいと思う。

(ii) 経営学演習 I 受講生の回答

・実際にお金が動くため、半端な気持ちでは取り組めないのもより集中出来る。また社会人も巻き込んで運営を進めるので、社会的スキルを磨くいいきっかけになると思う。トータルで見てもチームワークや利益計算など学ぶことが多く、とても有意義な授業だと思う。ただ就活で忙しい 3 年生向けにはやらないほうがいいと思う。

・実際に自分達で取り組んでみて、スムーズに準備が進まなかったり意見が合致しなかったりと、嫌な雰囲気も漂うこともありましたが、しかしフェスティバルを二日間終えてみると、利益がでたこともあって、達成感をすごく感じ、みんなの絆が深まったように感じます。

・学科では、理論中心に学んでいて実際に経営の現場に携われる機会がほとんどありません。今回のようなイベントを通すことで、他社との協調性であったり、消費者心理を考えるなど、授業で習ったことを実践の中で考えるいい機会になり、学生にとって大変効果的です。以上のことから、この講義は開講すべきと考えます。

・今回のような実践型のプロジェクトを実際に行うことにより、座学で学んでいることを活かすことが出来る。また、このような経験をすることによって、自分の学びたい分野や知ってお

くべきことを発見でき、大学で学ぶ方向性を決めやすくなるのではないかと考えたため。

・こういった機会はなかなかなく、大学生だからこそ出来る取り組みだとおもいました。また、経営を専攻しているのではほとんどの人が興味を持つのではないのでしょうか。私もこういった授業があれば就職活動も兼ねて自分の興味のあるアパレルを学びたいです。

・開講の理由としては、上記にも書かせていただきましたが日常生活で「how」「what」「why」を徹底的に考察することがどれだけ重要か、実感する良い機会だと考えたためです。これらは普段の学生生活でも大事になることかと思いますが、実際に企業の方や商品・お金が関わる現場で身を以て実感することは座学のみとは違う学びがあると思います。学生が自主的にお金に関わる機会は何か団体に所属したりしていない限り学祭のような場面しかなく、またそれらもお祭り気分、お遊びとして処理してしまいがちです。実際に負債や責任がつきまとう状況の中でいかに課題を発見処理するか、それをどう今後につなげるか考える良い経験になると今回の企画参加を通して強く感じました。この企画を行う上で実践的な段取りも重要ですが、「いま何を、何故、どうやるべきか」を学生に徹底的に考えさせることが重要だと思います。講義として作っていくなら、座学も取り入れそのなかで実践経験を積む、という形で企画趣旨を学生に教え込む必要があるように感じました。また、企画を行って終了ではなく、反省会や報告書の提出で「今後」の考えにつなげていく作業もいると思います。実際に感じたことを文書や口頭で表現することは多くの学生が苦手になっています。一年次～二年次の学生が対象でしたら特に今後重要になってくる技術ですし、表現することは自身の知識として落とし込むことに繋がります。座学としての知識・実践的なマーケティング能力・正式な書面と口頭による自己表現能力の三つを軸にできれば、学生の人気講義にはならないかと思いますが、その分意欲的な生徒が集まり効果も期待できると思います。

・座学では学べないことがたくさんあるから。また、実践することで手応えを感じるから。学生であることのアローワンスがあるから。

IV. 展望と課題

初めてのトライアルということもあり、事前準備や途中の支援体制などで不十分な点が多々みられたが、アンケート結果にみられるように、結果としては学生の満足度の高いプログラムであり、継続的な開講を希望する声が強かった。ここでは、上述したアンケート内容を順を追って分析・展望し、今後のプログラム改善に向けた課題を整理しておきたい。

まず、最初に花と食のフェスティバルに参加すると説明した際の学生の反応については、共通科目「現代の経営のしくみ」の受講生は多数が楽しそう（楽しみ）と回答したのに対して、経営学演習Ⅰの受講生は、面倒くさい（できれば参加したくない）との回答割合が大きくなっている。これは、前者が、シラバス（講義計画）に内容を明記しており、また、学年も1・2年生が中心で、いわば学園祭のような感覚で受講したのに対して、後者は、後学期の途中で、就職活動で忙しいだけでなく、フェスティバル開催期間がテスト期間と重なっていたことが影

響していると考えられる。これらの問題は、シラバスに明記し、学期初めにしっかりとオリエンテーションを実施することで軽減しそうである。夜間の場合、開講科目数が少なく、仕方なく空いている科目の受講登録するケースもあるため、学生への事前周知を徹底するために、必ずシラバスを熟読してから登録するように指導しておくことも求められるだろう。不本意な受講生が登録すると、約3か月のチーム作業が滞るだけでなく、全体のモチベーションが低下するため、この点は入念な準備が必要になるだろう。

実施した結果は、どちらのクラスの学生も、ほとんどが「非常によかった」と回答し、否定的な回答は皆無であった。このことから、事前の説明やオリエンテーションの周知徹底を行うことが、次回以降、より満足度が高く、かつ習得する実践知が広がるプログラムにつながると考えられる。

三番目に、チーム作業でのトラブル等を列挙してもらったが、やはり最も多いのが、講義時間以外の作業の時間調整や役割分担である。夜間の学生は、昼間仕事やバイトをしていて、時間外、学外の作業や調査を行う時間を捻出するのが困難であり、特定の学生に多くの作業が集中してしまったようである。また、共通科目は、受講生の学年・学科が異なるため、円滑なコミュニケーションがとれるようになるまでに時間がかかり、ようやくまとまってきたのがイベントの数週間前というケースもみられた。準備期間が短かったというよりは、チームがまとまるまでの時間が予想していたよりも長期に渡ってしまったことが大きな原因である。これらの点については、講義の早い段階で、アイスブレイクを採用したり、チームワークが醸成できるようなワークショップやゲームを取り入れるなどの工夫が必要になるだろう。なお、非常に重要な指摘として、講義の途中まで最終的な目標が分からなかったという点が挙げられる。主催側としては、強制的な参加ではなく、可能な限り自発的な参加を促す計画であったが、結果として、受講生側には、果たして出展すべきなのか、それとも、出展しないと回答しても良いのか、あいまいに映ってしまったようである。次回からは、オリエンテーションの段階で、講義の最終目標とプロセスを明確にし、学生がそれにしたがってチーム作業の計画を立て、円滑に進められるような体制を構築しておく必要があるだろう。

四番目のメンター（アドバイザー）の役割については、すでに述べたとおり、1・2年生が多い現代経営のしくみでは、全員が非常に重要であると回答したのに対して、ある程度社会経験のある3年生のクラスでは、あまり重要でないという回答もみられた。ただ、実務面、とりわけ、今回は食品を扱う出展であったため、保健所への届け出など、学生だけでは対応できない事項も多く、企画のみならず実施面でもメンターは不可欠であろう。学年によっては、メンター役はあまり介入せず、相談を受けた時のみ、また、法律や制度によって義務付けられている事柄についてのみ関わっていくという方法も考えられる。学年や経験の違いによって柔軟な対応が求められると言えよう。

五番目は、役に立ったメンターのアドバイスであるが、ほぼ全てに関わってもらったチームがあるほど、現代経営のしくみの受講生にとっては不可欠の存在になっている。主要なものを、①実務面、②マーケティング手法、③モチベーションの三つの観点から整理しておきたい。

まず、実務面では、業者との交渉、接客、お金の取り扱いと会計処理、保健所の規則など各種制度等において、実務経験のない大学教員には指導できない分野を的確に分かりやすく説明して頂いており、学生の失敗に対しても迅速にアドバイスしているケースが多かった。

マーケティング面においては、通常、大学の講義では、製品、価格、流通、プロモーションに関わる理論や学説、事例などの紹介にとどまるが、メンターのアドバイスは、それらを実務レベルにまで落とし込み、協力企業への依頼、商品企画から開発までの流れ、個別商品の原価と価格付けの関係、POP や Facebook の具体的な活用方法など、いわゆる How to に関する知識を実際の作業の流れに即して適宜説明する手法であった。それまで座学の理論しか知らない学生にとっては、実務レベルの知識を実践を通じて体得できる貴重な体験になっていた。とりわけ販売の現場では、笑顔の大切さ、声の掛け方、購入してくれそうな顧客の見分け方、セールストークなど、メンターたちが見本を示しつつ説明してくれることから、最初は声さえ出せなかった学生たちが、徐々に、笑顔でかつ大きな声で積極的にアプローチするように態度を変容させていった。

何よりも特筆すべきは、学生の失敗にも寛容であり、うまくいかないことがあっても、学生が落ち込まないように、理由を明確にして励ましている姿勢である。準備期間が身近だったこともあり、出展を見合わせざるをえないチームが出たとき、学生個人を責めるのではなく、企画やアイデア、取り組む姿勢をほめることによって、ドロップアウトせず、他のチームの応援役として最後まで参加意欲を高める努力を行っていた。このような努力が、全体のモチベーションを高く維持させることにつながっていたと考えられる。通常の大学教員にはなかなかできないことでもある。

六番目に、売上目標の達成については、目標を達成したチームとそうでないチームがほぼ半々であった。経営戦略や目標を立てることの重要性は、大学の講義の中でも取り上げられるが、実際に自分たちの商品の販売価格を設定して、結果に結び付けるおもしろさと困難性を同時に経験する機会は、座学では提供できない。しかも、実際にお金のやり取りが発生するので、目標を大幅に下回れば赤字となり、自己負担となる可能性がある。このようなりスクを言葉だけではなく、実際に体験することにより、目標設定を実現可能性と照らし合わせて行うことの重要性を実感していたようである。今回はメンターの尽力により、赤字チームも自己負担にならないようなフォローアップがなされたが、大学の講義で実施する際に、赤字になったチームの事後対応が大きな課題となるだろう。事前に誤解を生まないように説明することはもちろんのこと、万一、自己負担になっても、その金額が少額になるようなりスク低減措置が不可欠である。

七番目として、今回のプログラムで学んだことと身に付いたスキルを指摘してもらった。多様な指摘がなされているが、コミュニケーション能力、ホスピタリティー（接客スキルを含む）、積極性、協調性、責任感、問題解決力、チームワークに集約することができるだろう。

経済産業省は、前に踏み出す力（主体性・働きかけ力・実行力）、考え抜く力（問題発見力・計画力・創造力）、およびチームで働く力（発信力・傾聴力・柔軟性・状況把握力・規律性・ストレスコントロール力）を社会人基礎力と呼び、基礎学力、専門知識に加えて、それらをうまく活用していくために必要なスキルであるとしている。今回のビジネス・トライアルコンテストは、この社会人基礎力の育成にもつながるプログラムと考えても良いだろう。文部科学省

が提唱する、生涯にわたって社会的・職業的自立を可能にする能力、すなわち就業力の醸成にも活用できる。受講学生にも、参加前と参加後に、これらのスキル、能力の修得度が明確になるような評価手法と分析ツールが提供できると、プログラムの実行性がいっそう高まるのではないだろうか。例えば、現在、総合情報処理センターが全学的に運用している e-learning システムの WebClass には、カルテ機能やポートフォリオ機能が含まれているので、活用を検討しても良いだろう。第三者による客観的な評価も得られるとさらに望ましい。

最後に、今後このような実践型の講義を開講すべきかどうか、という設問に対しては、全員が開講すべきであると回答している。開講側としては嬉しい回答ではあるが、実際に開講した時に、通常の講義時間以外の活動も含む講義を多数の学生が受講するとは限らない。

例えば、インターンシップにおいても、学生の選択の範囲を広げ、多様な受け入れ先、プログラムを提供できるようになっているが、いざ受付を開始すると、ほとんどの学生が大手企業のインターンシップを希望し、実効性の高い実践型プログラムに参加する学生はきわめて少数である。必修科目にするという方向性も考えられるが、意欲の著しく異なる学生を指導するマンパワーを欠いており、また、チーム運営が非常に困難になることが予想されるので、現時点では選択科目ないし自由科目として講義を設計中である。学生のコメントにもあるように、座学だけでは学べない社会の仕組み、経済の仕組みを体験を通じて学ぶことができること、および、その過程において、将来のキャリア形成を考える機会にもなることから、昨今重視されているキャリア教育の高度化プログラムとして提供する方向性も考えられる。もっとも重要なのは、このプログラムが他の科目と相乗効果を持ち、受講者が、大学で学ぶ意義や社会的・職業的自立に必要なスキル・セットやマインド・セットを真剣に考える場になるような講義設計と運営を心がけることであろう。

V. 結びにかえて

以上、産学官連携による実践型起業家育成プログラムの一つ、「沖縄学生ビジネス・トライアルコンテスト」の内容と評価を整理した。かつての産学連携ないし産学官連携は、大学の発明をいかにビジネスに結実させ産業を創造していくか、という科学技術政策に基づくものであったが、最近では、人材育成を目的とした連携も増加している。キャリア形成や就業力育成を目的とした産学官連携によるインターンシップ、PBL やサービス・ラーニングは、「言うは易し、行うは難し」の言葉通りである。異なる目的・文化の組織が協力するためには、お互いの文化の共通理解と尊重が欠かせない。

幸い今回は、イノベーション人材、起業家人材の育成に理解のある県庁の担当者、琉球大学産学官連携推進機構スタッフがプロジェクトを担当したことから、プログラムの円滑な実施が可能となった。初めてのトライアルということもあり、トラブルも多かったが、その都度、関係者間で議論を行い、迅速に解決・改善できたことがプログラムの円滑な運営につながったと言える。ご協力頂いた関係者の方々に感謝の意を表して、本稿の締めくくりとしたい。

(参照ウェブ・サイト)

琉球大学産学官連携推進機構 (<http://www.iicc.u-ryukyu.ac.jp/>)

1. グループ名：
2. ビジネスモデル 下記より選択してください。 (自ら製造し、販売 / 他社より仕入れて販売 / その他)
3. 販売する商品について（複数あっても構いません。） なお、「おきなわ花と食のフェスティバルのテーマ」が「地産地消」ですので、販売商品は、地元農林水産物を活用、由来した商品とします。 ①販売する商品の種類 ②販売する商品の特徴 ③原材料費／仕入れ単価 ④販売する商品の単価及び個数
4. 販売に必要な器具・機器・設備、その他（例：冷凍庫、クーラーボックス、試食用紙皿等）
5. 販売に必要な経費（原材料費、仕入れ、加工・製造費、包装費、運搬費、広告宣伝費等）
6. 特記事項など

※出店イベント（花と食のフェスティバル）は2013年2月2日（土）、3日（日）のそれぞれ午前10時～午後6時となり、準備、撤去時間も含めて午前9時～午後8時までがイベント参加時間となります。（前日の2月1日（金）の夕方に準備をお願いする場合があります。）

エントリーにあたっての注意事項

1. 商品選定の注意点

- 1) フェスティバルのテーマが「地産地消」ですので、販売商品は、地元農林水産物を活用、由来した商品を選定してください。
 - 2) 会場にて加熱・加工処理、調理行為を行うことを必要とする商品の出店はできません。
 - 3) 保健所の指導により、販売できない場合や販売方法を変更して頂く場合があります。あらかじめご了承ください。
 - 4) 屋外での温度管理が困難な食品、保存方法に過分の費用が発生する商品は選定しないようお願い致します。
- その他ご不明な点は、後日エントリー者向けの説明会にて説明致します。

2. 食品の調理行為について（※参考記述）

盛り付け・カット・飲料を注ぐ等の行為

3. 販売価格及び表示について

- 1) 販売価格については、原材料、市場価格を考慮し消費者が購入しやすい価格設定をお願い致します。
- 2) 販売する商品については、全て「価格」「量目」「賞味期限」を表示してください。

4. 保健所の指導について

- 1) 販売する商品及び販売提供方法によっては、あらかじめ保健所の指導を受ける必要があります。こちらについては別途説明会で説明致します。
- 2) 保健所の指導が不要な場合であっても安全衛生管理の観点、教育的観点から保健所の指導を受けることをお勧めします。

5. 活動資金について

- 1) 出店者に対する援助は以下の項目になります。
 - ①花と食のフェスティバル出店費用：6万5000円（テント一張分）
 - ②テント代、設営・撤去費用：別途見積もり上記①②以外の費用は参加者にて自己負担、又は、別途スポンサー企業による資金提供、原材料・商品提供の寄付等で外部資金を調達して頂くようお願い致します。
- 2) 外部資金の調達については、企業の紹介・プレゼン機会の調整など、事務局にて支援致しますので、積極的にご相談ください。

6. 行動指針

- 1) 金銭のやりとりが発生しますので、自覚と責任を持って行動して頂くようお願い致します。
- 2) 当日はメンターがサポートにつきますので、トラブルが発生した（発生しそうな）場合は、速やかにメンターに報告し、指示に従ってください。
- 3) その他状況を見て、メンターによる指導・指示がある場合もそちらに従ってください。

7. スペースの割り当て、出店に当たっての注意事項について

別途説明会にて説明致します。

8. エントリー期間

2012年12月17日（月）～12月26日（火）※厳守

9. エントリー者向けの説明会について

2013年1月11日（金）～1月18日（木）の期間で開催予定です。
詳細が決まり次第、追ってご連絡致します。説明会には必ずご参加ください。

10. エントリーの方法

下記に FAX 又はメールにてご応募ください。

第1回沖縄学生ビジネストライアルコンテスト事務局（琉球大学 産学官連携推進機構内）

FAX:098-895-8957 E-mail: iicc@to.jim.u-ryukyu.ac.jp